VIII kadencja

SEJM RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

KANCELARIA SEJMU
Biuro Komisji Sejmowych

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

■ Komisji Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki (nr 13)

z dnia 10 lutego 2016 r.

Pełny zapis przebiegu posiedzenia

Komisji Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki (nr 13)

10 lutego 2016 r.

Komisja Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki, obradująca pod przewodnictwem posła **Ireneusza Rasia (PO)**, przewodniczącego Komisji oraz **Jakuba Rutnickiego (PO)**, zastępcy przewodniczącego Komisji, zrealizowała następujący porządek dzienny:

– sprawy bieżące,

– rozpatrzenie projektu dezyderatu w sprawie wyasygnowania środków finansowych dla dofinansowania inwestycji strategicznej dla polskiego sportu – zadaszenie toru łyżwiarskiego Stegny w Warszawie,

– podsumowanie projektu promocyjnego „Promujmy Polskę Razem",

– podsumowanie działań promujących polską turystykę na wystawie EXPO w Mediolanie.

W posiedzeniu udział wzięli: **Maria Napiórkowska** dyrektor Departamentu Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki wraz ze współpracownikami, **Bartłomiej Walas** wiceprezes, p.o. prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej wraz ze współpracownikami.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Krzysztof Majer** i **Artur Zaniewski** – z sekretariatu Komisji w Biurze Komisji Sejmowych.

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

Szanowni państwo, w oparciu o listę obecności stwierdzam kworum i otwieram posiedzenie Komisji Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki.

W imieniu pań i panów posłów witam serdecznie zaproszonych gości – pana prezesa Bartłomieja Walasa wraz z osobami, które mu towarzyszą. Mam nadzieję, że pan prezes je przedstawi.

W dniu dzisiejszym porządek prac przewiduje tematy turystyczne: podsumowanie projektu promocyjnego „Promujmy Polskę Razem" oraz podsumowanie działań promujących polską turystykę na wystawie EXPO w Mediolanie.

Czy ktoś z państwa ma uwagi?

Poseł Korol a następnie pani poseł Niemczyk, bardzo proszę.

Poseł Adam Korol (PO):

Panie przewodniczący, Wysoka Komisjo…

Pan przewodniczący mi pierwszemu udzielił głosu.

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

Pierwsze było zgłoszenie pana Adama.

Poseł Adam Korol (PO):

Poruszę dwa krótkie tematy, niezwiązane z dzisiejszą tematyką.

W kwietniu Komisja rozpatruje sprawy dotyczące Instytutu Sportu. Mam propozycję (rozmawiałem o tym z dyrektorem Instytutu Sportu), abyśmy posiedzenie przeprowadzili w Instytucie Sportu, aby wszyscy mogli zobaczyć jak on funkcjonuje. My go znamy, bo wielokrotnie odwiedzaliśmy to miejsce.

Taką mam propozycję.

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

Przyjmuję.

Proszę, aby sekretariat to zapisał.

Poseł Adam Korol (PO):

Mam również prośbę do przewodniczącego i Wysokiej Komisji – czy moglibyśmy wystosować dezyderat skierowany do Ministra Sportu i Turystyki, popierający budowę pływalni pięćdziesięciometrowych?

Okazuje się, że w województwie pomorskim i dwóch, trzech innych takiej pływalni nie ma, a jest pomysł, aby powstały. Chodzi tylko o opinię, że Komisja to popiera. Ułatwiłoby to samorządom pozyskiwanie środków.

Dziękuję.

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

Rozumiem, że samorząd chce to budować, ale z wykorzystaniem wsparcia środków państwowych?

Jeśli nie będę widział oporu ze strony państwa posłów, taką opinię w naszym imieniu wystosuję.

Nie słyszę sprzeciwu, przyjmujemy.

To uwaga do sekretariatu: proszę to zapisać. Rozumiem, że uzasadnienie pan poseł pomoże sformułować?

Głos ma pani poseł Niemczyk, bardzo proszę.

Poseł Małgorzata Niemczyk (PO):

Dziękuję, panie przewodniczący.

Chcę zabrać głos w sprawie dezyderatu, o którym wspominałam podczas poprzedniego posiedzenia Komisji. Mówiłam, że przygotuję dezyderat w sprawie zadaszenia toru na Stegnach. Proszę o…

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

Czy wszyscy posłowie mają kopię?

Rozumiem, że to prośba o wprowadzenie przyjęcia dezyderatu w pierwszym punkcie. Pamiętają państwo dyskusję podczas poprzedniego posiedzenia Sejmu. Obecni byli przedstawiciele Polskiego Związku Łyżwiarstwa Szybkiego. Zbyt długo ten projekt toru na Stegnach przy udziale *fifty-fifty* miasta Warszawy i ministerstwa pozostaje w zawieszeniu. Słyszeliśmy nawet, że minister Stawiarski powiedział, że z tego się nie wycofuje, że jest prowadzona analiza. Jeśli państwo pozwolą, w pierwszym punkcie technicznym, pani poseł odczyta koreferat i ewentualne państwa uwagi zostały by naniesione a następnie przyjęli byśmy dezyderat.

Czy są do uwagi odnośnie do wprowadzenia punktu pierwszego o charakterze technicznym?

Nie słyszę, tę poprawkę do porządku dziennego przyjmuję.

Nie ma innych zgłoszeń.

Stwierdzam, że wraz z tą poprawką porządek dzienny został przyjęty.

Jesteśmy w punkcie pierwszym. Bardzo proszę panią poseł o odczytanie projektu pani autorstwa a państwa posłów o analizę i ewentualne uwagi.

Poseł Małgorzata Niemczyk (PO):

„Komisja Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki na posiedzeniu w dniu 29 stycznia br. wysłuchała informacji Ministra Sportu i Turystyki oraz przedstawiciela Polskiego Związku Łyżwiarstwa Szybkiego na temat zadaszenia toru łyżwiarskiego Stegny w Warszawie.

Polski Związek Łyżwiarstwa Szybkiego od wielu lat odnosi sukcesy na arenie międzynarodowej i dysponuje rzeszą zawodników zaliczających się do światowej czołówki o czym świadczą wyniki i medale zdobyte na dwóch ostatnich Zimowych Igrzyskach Olimpijskich w Vancouver 2010 i Soczi 2014 oraz mistrzostwach świata i Europy w łyżwiarstwie szybkim i short-tracku a także w Pucharach Świata. Nasi zawodnicy są potencjalnymi kandydatami do walki o medale na Zimowych Igrzyskach Olimpijskich w 2018, a w przypadku posiadania hali łyżwiarskiej również na kolejne imprezy najwyższej rangi.

Zawodnicy łyżwiarstwa szybkiego pomimo odnoszenia znaczących sukcesów międzynarodowych, zmuszeni są do trenowania ponad 200 dni w roku poza granicami kraju z powodu braku zadaszonego toru łyżwiarskiego w Polsce, co zwiększa nakłady finansowe z budżetu państwa na proces szkolenia czołówki jak i bezpośredniego zaplecza głównie młodzieży.

Bez zadaszonego toru nie mamy szans przygotować kolejnych zawodników – reprezentantów kraju na Zimowe Igrzyska Olimpijskie w 2022, ze względu na zbyt krótki okres funkcjonowania odkrytych torów w Polsce (dwa, trzy miesiące) podczas gdy zawodnicy zagraniczni mają do dyspozycji hale łyżwiarskie przez okres siedmiu, ośmiu miesięcy. Przygotowanie kolejnych zawodników wymaga konieczności przykrycia przynajmniej jednego toru w Polsce.

W roku 2015 władze m. st. Warszawy i Ministerstwo Sportu i Turystyki porozumiały się w sprawie budowy hali łyżwiarskiej na Stegnach. Władze stolicy we wcześniejszym okresie zrealizowały pierwszy etap modernizacji obiektu poprzez budowę nowego toru do jazdy szybkiej w pespektywie jego przykrycia, budowę dwóch lodowisk w środku, wymianę systemu chłodzenia z nową maszynownią za kwotę ponad 20 mln zł.

Obecnie m. st. Warszawa przygotowało pełną dokumentację projektową hali łyżwiarskiej na Stegnach, uzyskało zgodę na budowę i zobowiązało się finansować ww. inwestycję kwotą 100 mln zł oraz ponosić koszty utrzymania obiektu po jej wybudowaniu.

Ministerstwo Sportu i Turystyki planowało wówczas przeznaczyć na realizację tej inwestycji kwotę 60 mln zł. Zamiarem było stworzenie Centrum Sportów Lodowych dla pięciu dyscyplin olimpijskich: łyżwiarstwa szybkiego, short-tracku, hokeja na lodzie, łyżwiarstwa figurowego oraz curlingu. Obiekt również służyłby mieszkańcom stolicy jako podstawowa forma rekreacji zimą na łyżwach, latem – na rolkach. Pierwotnie budowa miała ruszyć na jesieni 2015 r., a kolejny wyznaczony termin to wiosna 2016r. Obiekt miał być udostępniony łyżwiarzom w sezonie 2017/2018, tak aby nasi olimpijczycy mogli jeszcze przygotowywać się w Polsce do Zimowych Igrzysk Olimpijskich 2018.

Najszybsza realizacja zadaszenia toru w Polsce jest możliwa tylko w przypadku przykrycia toru łyżwiarskiego Stegny w Warszawie.

Zdaniem Komisji należy uznać inwestycję zadaszenia toru łyżwiarskiego Stegny w Warszawie jako inwestycję strategiczną dla polskiego sportu, tak aby stworzyć łyżwiarzom szybkim równą możliwość rywalizacji z czołówką światową i europejską.

W związku z powyższym Komisja Kultury Fizycznej, Sportu i Turystyki wnosi o pilne podjęcie decyzji w sprawie wyasygnowania środków finansowych z budżetu państwa na dofinansowanie zadaszenia toru łyżwiarskiego Stegny w Warszawie, który stałby się znakomitym ośrodkiem treningowym, miejscem organizacji zawodów mistrzowskich w łyżwiarstwie szybkim oraz rekreacji mieszkańców stolicy”.

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

Dziękuję.

Bardzo proszę o uwagi państwa posłów.

Bardzo proszę, głos ma pan poseł.

Poseł Grzegorz Matusiak (PiS):

Panie przewodniczący, szanowni goście, Wysoka Komisjo, mam pytanie: jaka to byłaby kwota i czy była zagwarantowana w budżecie na rok 2015?

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

Myślę, że z dyskusji, która toczyła się podczas poprzedniego posiedzenia Sejmu wynika…

Poseł Małgorzata Niemczyk (PO):

Tu jest to napisane, że jest to kwota…

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

60 mln zł.

Poseł Małgorzata Niemczyk (PO):

W czwartym akapicie od dołu: „Ministerstwo Sportu i Turystyki planowało wówczas przeznaczyć na realizację tej inwestycji kwotę 60 mln zł”.

Poseł Adam Korol (PO):

Rozmawiałem wczoraj z wiceministrem, który mówił, że ministerstwo przez kilka lat na ten projekt chciałoby rozdysponować 50 mln zł, to nie byłaby jednorazowa kwota.

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

To inwestycja strategiczna. One mogą być uzupełniane na bieżąco, panie pośle. Środki pochodzą z Funduszu Rozwoju Kultury Fizycznej, czyli z Totalizatora Sportowego a nie – z budżetu.

Taka jest nasza opinia w tej dyskusji, którą toczymy już od tylu lat, aby jednak podjąć decyzję strategiczną w zakresie przykrycia co najmniej jednego toru. Myślę, że minister odniesie się do tego i w odpowiedzi na dezyderat powie, czy to kosztuje 50 czy 60 mln zł. Ministerstwo planowało 60 mln zł. Takie były ustalenia wcześniej. Rozumiem, że to było przed ustaleniem umowy. Rozmowy się toczą. To jest tylko głos w dyskusji, abyśmy jako parlamentarzyści przyjęli stanowisko w tym zakresie.

Tekst dezyderatu chyba nie jest kontrowersyjny. Nie słyszę poprawek. Zapytam, czy ktoś jest przeciw przyjęciu tego dezyderatu?

Nie słyszę sprzeciwu.

Stwierdzam, że Komisja przyjęła ten dezyderat w konsensusie.

Przystępujemy do punktu drugiego po zmianach.

Poseł Małgorzata Niemczyk (PO):

Panie przewodniczący, czy mogę powiedzieć jedno zdanie w tym punkcie?

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

A jest to potrzebne? Dezyderat został przyjęty.

Poseł Małgorzata Niemczyk (PO):

Tak, chodzi mi o inną kwestię.

Nie było mnie podczas posiedzenia Komisji o godzinie 13.00. Rozmawiałam z posłami o tematyce tego posiedzenia. Chciałam złożyć wniosek, aby prace dotyczące tematu, który poruszany był o godzinie 13.00 były kontynuowane, aby przyszli na obrady urzędnicy wyższej rangi z Ministerstwa Zdrowia i aby ta Komisja nie odbywała się bez przedstawicieli Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego.

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

Był obecny wiceminister nauk i szkolnictwa wyższego, kontrowersja dotyczyła tego, że nieobecny był minister sportu i turystyki.

Poseł Małgorzata Niemczyk (PO):

Proszę o kontynuowanie tego tematu.

Przewodniczący poseł Ireneusz Raś (PO):

To uwaga do sekretariatu, pani poseł, proszę doprecyzować to, czym mielibyśmy się zająć.

Bardzo proszę o przedstawienie podsumowania projektu promocyjnego „Promujmy Polskę Razem" pana prezesa.

Witam panią dyrektor Napiórkowską.

Oddaję głos panu prezesowi.

P.o. prezesa Polskiej Organizacji Turystycznej Bartłomiej Walas:

Dziękuję bardzo.

Panie przewodniczący, pozwolę sobie przedstawić – pani Agnieszka Rynecka, która była odpowiedzialna za podprojekt EXPO w części turystycznej prowadzonej przez Polską Organizację Turystyczną oraz pan Piotr Tatara, dyrektor Biura Projektów Unijnych, który był odpowiedzialny za wszystkie projekty finansowane ze środków unijnych.

Otrzymali państwo materiał, który w skrócie prezentuje projekt 6.3. On był dość szeroki, gdyż obejmował zarówno działania miękkie, promocyjne, związane z kampaniami, ale także w części poświęcony był inwestycjom przekazywanym przez POT regionalnym organizacjom turystycznym, a głównie biurom informacji turystycznej. Chodziło tu o niemal 170 infokiosków, touchscreenów, komputerów i inny sprzęt, którego nigdy

za wiele. W tym projekcie „Promujmy Polskę Razem", nie zostało to ujęte w programie, ale chciałem to uwypuklić, znalazł się również podprojekt roboczo nazwany „Lubię Polskę". Poświęcony był on trzem rynkom azjatyckim.

Jeśli państwo pozwolą, chcielibyśmy ten projekt pokazać państwu w ramach siedmiominutowej migawki. Zobaczą państwo coś więcej niż przekazano w formie papierowej. Będziemy również do państwa dyspozycji, jeśli będą pytania.

Bardzo proszę.

[Prezentacja multimedialna z lektorem]

„Ostatnie lata to przełomowy okres dla polskiej turystyki, który przyniósł wręcz rewolucyjne zmiany w sferze usług, rozwoju produktu turystycznego, promocji oraz w sposobie myślenia o turystyce. Stała się ona nie tylko bardziej zauważalna jako miejsce pracy dla wielu ludzi, przynoszący dochód dział gospodarki, ale także jako istotny czynnik wpływający na wizerunek Polski za granicą. Polska Organizacja Turystyczna już od piętnastu lat, wraz ze swoimi partnerami w regionach realizuje projekt zwiększający rozpoznawalność i atrakcyjność Polski na arenie międzynarodowej. Kluczową rolę odegrały fundusze unijne. Dzięki nim zakres i zasięg działań mogły być dużo większe niż wcześniej. Wyruszyliśmy w wielką podróż, i to dosłownie, bo w 2010 roku w trzymiesięczny rejs wypłynął żaglowiec Fryderyk Chopin. Rozpoczęliśmy największy projekt promujący polską turystykę – „Promujmy Polskę Razem". Żaglowiec zawitał do dwudziestu europejskich portów, gdzie w różnych wydarzeniach uczestniczyło kilkadziesiąt tysięcy osób a prestiżowe media we wszystkich odwiedzanych krajach obszernie je komentowały.

Kolejne nasze przedsięwzięcie to polskie wystąpienie podczas targów ITB w Berlinie. Jako kraj partnerski zaprezentowaliśmy Polskę branży turystycznej oraz mediom z całego świata także jako gospodarza Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej Euro 2012. Nowatorskie animacje w technice 3D przygotowane specjalnie na tę okazję przez Tomka Bagińskiego zdobyły uznanie publiczności a Polska zyskała opinię kraju nowoczesnego i pozytywnie zaskakującego.

Ważnym wydarzeniem była także polska prezydencja w Radzie Unii Europejskiej. Do Londynu, Brukseli, Paryża i Frankfurtu latał Embraer 195, na którym została zamieszczona grafika z hasłem „Move your imagination". Ten specjalny projekt Polskiej Organizacji Turystycznej zainicjował największą multimedialną zagraniczną kampanię „Feel Invited". Początkowo działaniami promocyjnymi zostały objęte przede wszystkim Francja, Wielka Brytania oraz Niemcy. Sukcesywnie kampania rozszerzała się na kolejne rynki – Szwecję, Belgię, Danię, Holandię, Irlandię, Włochy, Hiszpanię, Rosję, Czechy i Ukrainę.

Po mistrzostwach wprowadzona została nowa linia kreacyjna. Pozostając przy idei rekomendacji zaproponowane zostały reklamy przywołujące skojarzenia z baśniowymi motywami. Nowe hasło: „Polska – come and find your story" stało się zaproszeniem do podróży i przeżycia własnej bajkowej przygody w Polsce. Produkty, a także kreacje bajkowe zostały wybrane wspólnie z regionalnymi organizacjami turystycznymi. Bajkowe reklamy pojawiły się także na odległych rynkach azjatyckich. W ramach kampanii „Lubię Polskę" w 2013 roku w Chinach, Japonii i Indiach prezentowane były duże miasta, przede wszystkim Kraków i Warszawa oraz produkty z obszaru turystyki kulturowej. Ważnym elementem kampanii na rynku indyjskim były także działania dedykowane branży filmowej, dzięki którym polskie miasta stały się miejscem akcji bollywoodzkiego kina. Warszawa zagrała w wysokobudżetowej produkcji Kick, z udziałem gwiazd kina indyjskiego, między innymi Salmana Khana. W Krakowie zaś powstały zdjęcia do superprodukcji Bangistan, której emisja w Indiach poprzedzona była spotem promującym Polskę.

Równolegle z działaniami na rynkach azjatyckich w Polsce prowadzone były szkolenia dla branży (Jak przygotować się do przyjęcia turystów z rynków: chińskiego, japońskiego i indyjskiego?), w których wzięło udział ponad sześćset osób. W 2014 roku bajkowe klimaty pojawiły się także na rynku krajowym. W ramach kampanii „Bajkowy urlop w Polsce" przez cztery letnie miesiące w każdym z 16 polskich województw odbywały się plenerowe akcje promocyjne, których zwieńczeniem był finał konkursu „Zostań twarzą regionu". Na ulicach polskich miast można było zobaczyć niezwykłą kampanię

billboardową, reklamującą atrakcje turystyczne wszystkich województw. Twarzami reklam byli zwycięzcy konkursu, mieszkańcy oraz odwiedzający region turyści. W tej kampanii pokazaliśmy również certyfikowane produkty turystyczne, które zostały docenione w ramach prowadzonego od ponad dziesięciu lat przez Polską Organizację Turystyczną konkursu na najlepszy produkt turystyczny. kampania zachęcała do odkrywania przez mieszkańców atrakcji, które są niemal na wyciągnięcie ręki i które można poznać w trakcie krótkiego, weekendowego wypadu. Było to jedno z tych działań promocyjnych, które miało na celu wydłużenie sezonu – jednego z istotnych zadań Polskiej Organizacji Turystycznej.

Nieustannie prowadzone były także prace nad rozbudową i zunifikowaniem polskiego systemu informacji turystycznej. Nasza baza zawiera obecnie niemal sześćdziesiąt tysięcy obiektów. Nadal trwają intensywne prace nad zintegrowaniem jej ze wszystkimi regionami. Uruchomiliśmy nowe kanały dystrybucji informacji. W całej Polsce działają sto sześćdziesiąt dwa infokioski. Od 2013 roku funkcjonuje infolinia turystyczna a także dostępny na narodowym portalu turystycznym planer podróży, z którego skorzystało już ponad siedemset tysięcy osób. Do dyspozycji turystów pozostaje czterysta dwadzieścia certyfikowanych punktów informacji turystycznej oraz wspomniany już wcześniej, dostępny w dwudziestu trzech wersjach językowo-rynkowych portal www.polska.travel. Nasze kampanie już przynoszą widoczne efekty – i te w ramach projektu „Promujmy Polskę Razem", i te na rynkach azjatyckich.

W 2013 roku z Unii Europejskiej przyjechało do Polski o 7% więcej turystów niż rok wcześniej. W kolejnym, 2014 roku, było ich aż o 16% więcej. Największa dynamika przyjazdów była z krajów objętych w latach 2010-2014 kampaniami promocyjnymi, realizowanymi przez POT, w ramach projektów „Promujmy Polskę Razem" oraz w Azji „Lubię Polskę". Ta ostatnia, rozpoczęta w 2013 roku przyniosła w 2014 roku wzrost przyjazdów turystów z Chin o 23%, z Indii – o 31% a z Japonii – o 3%. Pod uwagę bierzemy również inne wyznaczniki efektywności, w tym opinie obcokrajowców o Polsce. Z badań wynika, że w oczach respondentów nasz kraj zyskał wizerunkowo, a turyści są bardzo zadowoleni z pobytu w Polsce. Średnia wartość wskaźnika satysfakcji mierzonego na pięciostopniowej skali, wrosła pomiędzy 2013 a 2014 rokiem z 4,1 do 4,4. Dzięki kampaniom prowadzonym w latach 2010-2014, zwiększyła się także liczba turystów korzystających z narodowego portalu turystycznego. W 2014 roku liczba użytkowników wyniosła 11,4 mln a liczba odsłon – 25,2 mln.

Kolejne lata to następne wyzwania. W 2015 roku w ramach prowadzonej na rynku włoskim kampanii prowadziliśmy działania promocyjne na EXPO 2015 w Mediolanie. W maju Polska Organizacja Turystyczna zainaugurowała polską prezentację „Tygodniem turystyki polskiej". W czasie uroczystego wieczoru w wyjątkowy sposób zaprosiliśmy do odwiedzenia polskiego pawilonu przedstawicieli włoskich mediów branży turystycznej oraz administracji. Polskie regiony i miasta, które przyjechały na zaproszenie Polskiej Organizacji Turystycznej do Mediolanu zrobiły wszystko, aby odwiedzającym światową wystawę EXPO 2015 na długo zapadła w pamięć polska oferta. Pod hasłem „Poland – come and find all colours of life" odbyło się wiele niestandardowych działań promocyjnych, zarówno w polskim pawilonie, jak i przestrzeni miejskiej.

„Tydzień turystyki polskiej" był zapowiedzią kolejnych. Od lipca do września bieżącego roku prezentowały się w ramach wspólnego wystąpienia z POT następne regiony: Małopolska, Podlasie, lubelskie, świętokrzyskie, dolnośląskie, kujawsko-pomorskie oraz gminy nadmorskie. Atrakcje czekały już przed polskim pawilonem. Strefa chillout zapewniająca cień i wyposażona w urządzenia do wytwarzania mgiełki wodnej była prawdziwą oazą w czasie upałów. Występy wokalne, muzyczne, taneczne, warsztaty dla odwiedzających polski pawilon, wieczorne pokazy świetlno-muzyczne to tylko niektóre z atrakcji czekających na odwiedzających. Jak zawsze dużym zainteresowaniem cieszyły się pokazy live cooking. Były więc i pierogi, i toruńskie pierniki. Nic więc dziwnego, że biliśmy rekordy frekwencji. W lipcu polski pawilon odwiedziło 168 739 osób. Średnio w ciągu dnia prezentacje kolejnych polskich regionów oglądało ponad 15 tys. gości. W środku pawilonu można było m.in. poznać produkty specyficzne dla danego regionu, przygotować samodzielnie mieszankę ziół z polskich łąk, czy bransoletkę z krakowskich

korali. Sympatycznym akcentem była fotobudka i możliwość z której goście licznie korzystali – zrobienia pamiątkowego zdjęcia oraz wzięcia udziału w konkursie. Nagrodami były, oczywiście, pobyty w Polsce, dla dwóch osób w każdym z regonów. W 2014 roku przyjechało 398 tys. turystów z Włoch, już więc mamy powody do satysfakcji, ale wciąż pozostaje wiele do zrobienia, aby polska turystyka miała nowe powody do codziennego świętowania.

W 2015 roku Polska Organizacja Turystyczna obchodziła piętnastolecie swojej działalności. Dzięki współpracy z regionami, miastami i podejmowaniu wspólnych działań ze wszystkimi podmiotami odpowiedzialnymi za promocję zapoczątkowaliśmy nowy rozdział w polskiej turystyce. Poprzez liczne inicjatywy, konkursy, imprezy targowe, seminaria, konferencje regionalne, lokalne produkty turystyczne są coraz bardziej znane i rozpoznawane. Celem nadrzędnym wszystkich podejmowanych przez POT działań jest zbudowanie wizerunku Polski, aktualnego dla czasu i miejsca w którym znajduje się nasz kraj. O Polsce mówi się coraz lepiej i coraz częściej odwiedzają nas turyści. Kolejne lata to praca nad dalszym rozwojem turystyki, dzięki której ludzie z całego świata będą mogli poznawać i doceniać nasz piękny kraj”.

P.o. prezesa POT Bartłomiej Walas:

Jeśli można, dodam jedno zdanie, przed pytaniami.

Tę kampanię zakończyliśmy jesienią tego roku w Japonii, kampanią internetową i outdoorową. To bardzo dobrze się złożyło i nałożyło na otworzenie linii lotniczej w pierwszych dniach stycznia – bezpośredniego połączenia Warszawa-Tokio.

Dziękuję.

Jesteśmy do państwa dyspozycji.

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

Dziękuję bardzo.

Otwieram dyskusję.

Czy są posłowie, którzy chcieliby zadać pytania, jeśli chodzi o podsumowanie tych akcji?

Na razie nie słyszę zgłoszeń.

Korzystając z okazji, chciałem zapytać o budżet promocyjny: jakie były koszty tych akcji jeśli chodzi o EXPO w Mediolanie oraz „Promujmy Polskę Razem”? Chciałem również dowiedzieć się coś o planach na rok 2016. W latach 2014-2015 nastąpił wzrost, jeśli chodzi o liczbę turystów przyjeżdzających do Polski oraz wzrost ocen. To bardzo ważne – z 4,1 do 4,3. Świadczy to o dobrze wykonanej pracy. Jakie są zamierzenia, jeśli chodzi o te akcje w roku 2016?

Dziękuję bardzo.

Proszę posłów o zapisywanie się do pytań.

P.o. prezesa POT Bartłomiej Walas:

Oczywiści, mamy precyzyjne zestawienie budżetu.

Cały budżet wynosił 50 mln euro od 2009 roku. Pierwsza kwota była niższa – 35 mln euro. Budżet w pewien sposób przyrastał.

Dysponuję danymi w przeliczeniu na złotówki, jeśli pan przewodniczący pozwoli. Mniej więcej jest to 205 mln zł. Podział tego skumulowanego budżetu wynosił: EXPO 2012 – 12,7 mln, przy czym zaznaczam, że byliśmy odpowiedzialni tylko za dziewięć tygodni prezentacji turystycznej podczas całej wystawy…

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

Złotych czy euro?

P.o. prezesa POT Bartłomiej Walas:

Złotych, teraz mówię o budżecie w złotówkach.

Kampanie zagraniczne kosztowały 141 789 tys. zł. Kampania krajowa pochłonęła 3736 tys. zł. Komponent C, czyli transfer wiedzy (różnorodne szkolenia a także badania kosztowały) – 7700 tys. zł, promocja projektu na rynku krajowym (taki był wymóg pozyskania środków unijnych) – 2100 tys. zł, informacja turystyczna (łącznie z zakupami sprzęt)u kosztowała 20 700 tys. zł, obsługa projektu kosztowała 16 500 tys. zł.

Taka jest struktura budżetu pomiędzy latami 2009-2015. Teraz już go rozliczamy. Aktywności finansowanych ze wspomnianych środków już się nie prowadzi.

Nie wiem, czy mogę to powiedzieć, ale to był „złoty okres" dla promocji turystycznej. Na dzień dzisiejszy turystyka nie jest w ogóle przewidziana w przypadku środków unijnych jako cel. Pojawia się ona w ramach usług prozdrowotnych, innowacyjności, ale generalnie jej nie ma. Ten projekt wyraźnie był dedykowany promocji turystycznej. Polska Organizacja Turystyczna była jego beneficjentem systemowym.

Obecnie prowadzimy rozmowy i negocjacje i przygotowujemy projekty, aby startować wraz z innymi do udziału w konkursach ogłaszanych przez ministra właściwego do spraw turystyki. Złożyliśmy dwa takie projekty. W ramach jednego jesteśmy partnerem usług prozdrowotnych (szerokorozumianych), co dotyczyłoby uzdrowisk, turystyki wellness, spa i medycznej, drugi duży projekt nazwany jest „e-Turysta" i dotyczy systemów informacyjnych, internetowych i informacji turystycznej. To dwa projekty, o których realizację będziemy się ubiegali. W przygotowaniu mamy jeszcze inny, poświęcony turystyce na obszarach wiejskich.

Jeśli chodzi o aktywność w roku 2016, ogranicza się ona praktycznie do budżetu statutowego POT i nie obejmuje w chwili obecnej środków unijnych.

Te dwa projekty, o których wspominałem, nie zostały jeszcze zaakceptowane i nie jesteśmy pewni pozyskania na nie środków.

Pozwoliłem sobie na to sformułowanie „złoty okres", gdyż to były istotne kwoty, w porównaniu do środków statutowych, w stosunku do innych krajów. Pozwoliły nam oprzyrządować się, nie tylko pod względem infokiosków, komputerów dla biur informacji turystycznej, które są kompletnie niezależnie od POT, pracując w oparciu o środki samorządowe i budżetowe, ale także w postaci spotów telewizyjnych, gier internetowych. To coś, na co dotychczas jako kraj dysponujący ograniczonym budżetem, nie mogliśmy sobie jako POT pozwolić.

Jeśli chodzi o tendencje (tak zrozumiałem to pytanie: czy ruch turystyczny będzie rósł?) – on rośnie. Jeśli polityka otoczenia (mówię o terroryzmie) się nie zmieni, może spowodować w sezonie 2016 roku pewne przesunięcia wyjazdów. Wtedy możemy być nawet większym beneficjentem.

Pewnym kłopotem są dwa rynki. To nie kłopoty – proszę mnie dobrze zrozumieć. Mówię o rynku rosyjskim, który dla Polski jest niezwykle istotny. Ruch turystyczny z tej strony spada. Nie tylko typowo zakupowy, który zidentyfikowaliśmy w niektórych regionach, ale także turystyczny, ze względu na wprowadzone przez strefę Schengen procedury. Chodzi o biometryczne paszporty i wymagania poszczególnych krajów. Spowodowało to wyraźny spadek przyjazdów z Rosji. Nie tylko do Polski.

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

To duży spadek procentowy?

P.o. prezesa POT Bartłomiej Walas:

W Polsce jest to 17%, patrząc na przyjazdy turystyczne. Liczba wyjeżdzających Rosjan i turystów rosyjskich to dwie różne dane. Ta pierwsza jest bardzo duża a ta druga – mniejsza. W porównaniu do 30% spadków typowych dla krajów śródziemnomorskich nie jest tak źle, ale to dla nas pewien cios gospodarczy.

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

Dziękuję bardzo.

Pan poseł Kozłowski chciał zadać pytanie.

Poseł Jerzy Kozłowski (Kukiz15):

Panie przewodniczący, Wysoka Komisjo, mam konkretne pytanie, chodzi mi o narodowy portal turystyczny. Czy jest pan w stanie powiedzieć mi, ile on kosztował i ile kosztuje jego roczna obsługa?

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

Dziękuję.

Zanim usłyszymy odpowiedź, głos zabierze jeszcze pani poseł Niemczyk.

Poseł Małgorzata Niemczyk (PO):

Dziękuję bardzo.

Mam pytanie. Moje miasto, Łódź, ubiega się o organizację EXPO w 2022 roku. W materiale tego nie widziałam, ale – o ile dobrze wiem – podczas prezentacji w Mediolanie Łódź zaprezentowała się znacząco, było ponad 1,5 mln odwiedzających. Nie wiem, czy robili to państwo wspólnie, czy Łódź robiła to w osobnym pawilonie. Chciałabym się dowiedzieć, czy Polska Organizacja Turystyczna będzie promowała te starania Łodzi? Wiem, że w czerwcu Łódź będzie składała wniosek o organizację EXPO. Jakie działania POT podejmie w tym kierunku, aby wraz z Łodzią promować ten pomysł?

W ostatnim punkcie – w ramach tygodnia regionów nie ma uwzględnionych wszystkich województw. Czy one były wybierane w ramach klucza, czy w kolejności zgłoszeń?

Proszę o informację na ten temat.

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

Dziękuję bardzo.

Zapytam jeszcze o turystykę obszarów wiejskich. Z jakiego programu będą chcieli państwo pozyskać środki? Z Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich? Nie wiem jakie będzie to źródło, o którym państwo mówili. Rzeczywiście, agroturystyka to olbrzymi rynek, który warto wykorzystać. Tak jak mówił pan prezes, sytuacja międzynarodowa, jeśli chodzi o wydarzenia w Turcji, w Egipcie, powoduje że ten rynek letni może się przesunąć na korzyść spędzania czasu turystów z Polski także w polskich kurortach.

Jedna sprawa mnie zastanowiła. Mówił pan o kwotach globalnych kampanii: 141 mln zł na rynki zagraniczne i 3739 tys. zł na rynek polski. Zdajemy sobie sprawę, że ten rynek bardzo się rozwija. Oferta turystyczna jest na nieporównywalnym poziomie. Zapewne wielu już o tym wie. Jeśli chodzi o hotele cztero i pięciogwiazdkowe, niesamowicie rozwija się to np. w Kołobrzegu. Czy w kolejnych latach, jeśli chodzi o promocję, nie warto tego przewartościować i przeznaczyć na promowanie tych hoteli na rynku wewnętrznym?

Dziękuję.

Bardzo proszę o odpowiedzi i zapraszam kolejnych posłów o zapisywanie się do pytań.

P.o. prezesa POT Bartłomiej Walas:

Jeśli chodzi o ten podział, który być może razi (kwoty promocji na rynku krajowym i zagranicznym) program unijny był adresowany Polsce na rynkach zagranicznych, on nie mógł być adresowany promocji na rynku krajowym wprost. Kampanie, które mogli państwo zobaczyć („Spędź urlop w Polsce") były równocześnie promocją projektu, jako takiego.

To wszystko, jeśli chodzi o odpowiedź na to pytanie.

Jeśli chodzi o turystykę wiejską – jesteśmy na etapie przygotowania dokumentu konkursowego w Ministerstwie Rolnictwa i Rozwoju Wsi. Faktycznie, także na rynkach zagranicznych mamy olbrzymi potencjał, ale to produkt trudno sprzedawalny za granicą, z powodów komercjalizacji regulacji prawnych dotyczących turystyki wiejskiej. Pozwolę sobie na nie tyle żart, ale pewną uwagę. Gospodarstwa agroturystyczne muszą mieć jajka z własnego chowu, jeśli robią z nich jajecznicę a nie – z Biedronki. Inaczej wygląda fakturowanie. Parlament jesienią ubiegłego roku spowodował, że sprzedaż produktów lokalnych i regionalnych jest bardziej dostępna i możliwa. To z pewnością ożywi ten sektor.

Faktycznie, tak jak pan wspomniał podając przykład Kołobrzegu, liczba turystów znacznie wzrasta, wybrzeże w znacznym stopniu jest uzależnione od rynku niemieckiego. Szczególnie chodzi o turystów 60+. To daje klientów przez cały sezon. Hotelarstwo rozwija się wspaniale, ale jest jeden kłopot – średni zysk z łóżka, on wcale w Polsce nie jest wysoki i niewiele rośnie. Obłożenie hoteli nie powoduje wzrostu zysku netto.

Jeśli chodzi Łódź, pani poseł, w czasie EXPO miała ona swój własny program. Był w tym samym pawilonie i był rozbudowany. Nie uczestniczyliśmy w tym projekcie, on był prowadzony samodzielnie. Inne miasta i regiony też to robiły. Jeszcze w dniu dzisiejszym gościliśmy firmę Arthur D. Little, która dla Łodzi przygotowuje pakiet oferty.

Jesteśmy w ciągłym kontakcie z panią prezydent i jej zespołem, jeśli chodzi o wybór produktów, które mają być promowane do małego EXPO.

Trzecie pytanie dotyczyło tego, dlaczego tylko dziewięć miast uczestniczyło w projekcie. Inne regiony po prostu nie miały środków, inne miały samodzielne prezentacje, nawet trwające miesiąc. W tym turystycznym komponencie wystąpiło tylko dziewięć regionów.

Odpowiem na pytanie pana posła. Bardzo przepraszam, ale zestawienie, które mam dotyczy informacji turystycznej. Nie potrafię powiedzieć, ile ten portal kosztował. Udzielę odpowiedzi na piśmie.

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

Właśnie, prosimy o odpowiedź dla pana posła na piśmie.

Poseł Jerzy Kozłowski (Kukiz15):

Chodzi o koszt ogólny przy inicjowaniu oraz koszt rocznej obsługi bieżącej.

P.o. prezesa POT Bartłomiej Walas:

Dobrze, nie omieszkamy tego zanotować.

Prześlemy to na adres Komisji, czy bezpośrednio do pana posła? Jaka jest praktyka?

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

Jeśli pan poseł jest bardzo zainteresowany, niech wyjaśni to z panem prezesem po zakończeniu obrad, aby najszybciej otrzymać informację.

Czy są jeszcze jakieś pytania?

Proszę bardzo.

Poseł Tomasz Kucharski (PO):

Chciałem zadać pytanie jeśli chodzi o koszt udziału podmiotów i gmin oraz organizacji turystycznych w targach ITB. Jakie były koszty i możliwości wzięcia w nich udziału w latach poprzednich?

P.o. prezesa POT Bartłomiej Walas:

W sensie, ile kosztuje stoisko?

Poseł Tomasz Kucharski (PO):

Tak.

P.o. prezesa POT Bartłomiej Walas:

Na targach ITB do ubiegłego roku powierzchnia stoiska wynosiła 1500 m^2 – to był cały pawilon.

W zależności od tematu przewodniego, koszty są różne. W 2011 roku Polska była gościem honorowym i formuła była troszkę inna. W roku 2016 zmniejszamy tę powierzchnię o połowę. Wedle naszego wewnętrznego regulaminu, ustalonego z regionami, regionalne organizacje turystyczne mają prawo zakupić moduły ze zniżką. Mają one 12 m^2, jeśli się nie mylę (mogłem pomylić się o 2 m). Mogą kupić jeden lub dwa takie moduły. Gdy realizowaliśmy unijny projekt 6.3, przez dwa lub trzy lata regionalne organizacje turystyczne otrzymywały od nas stoisko gratis, z możliwością sfinansowania dwóch hostess, pobytu i delegacji.

Bardzo często wśród przedsiębiorców turystycznych pojawia się opinia, że te stoiska są drogie. To może być 17 tys. zł lub więcej. Proszę jednak pamiętać, że to nie tylko 4 czy 10 m^2, ale też część gastronomiczna, ludyczna, do prezentacji. Te koszty stoiska są w ten sposób mniejsze.

Aby to lepiej zilustrować – wedle naszych wyliczeń sprzed roku, POT na ITB bierze średnio koszt na poziomie 83% całego stoiska. Reszta jest współfinasowana przez partnerów i przedsiębiorców. Kłopotem jest to, iż nie możemy udzielać redukcji kosztów, za co organizacje mają do nas żal, bo byłaby to pomoc publiczna. Nie jest to możliwe, tak jak było kiedyś. Staramy się koszty minimalizować, proponując małe stoiska, ale nie może być dofinansowania wprost. Czasem jest tak, bo członkami regionalnych organizacji turystycznych oprócz samorządów są przedsiębiorcy, że są oni podwystawcami.

Dziękuję.

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

Dziękuję.

Czy pana posła Kucharskiego satysfakcjonuje ta odpowiedź?

Poseł Tomasz Kucharski (PO):

Tak.

Przewodniczący poseł Jakub Rutnicki (PO):

Dziękuję bardzo.

Widzę, że nie ma kolejnych pytań.

Bardzo dziękujemy.

Widać szanse i potencjał na rozwój rynku turystycznego. Najważniejsze jest, aby pozyskiwać fundusze. W nowej perspektywie będzie to troszeczkę utrudnione, ale zachęcamy do promowania naszych usług turystycznych również wewnątrz kraju. To wielki rynek, duże szanse. Biorąc pod uwagę trudną sytuację międzynarodową to również korzystny czas, bo polscy turyści chcą wypoczywać i mieć spokój, poczucie bezpieczeństwa. W tych czasach to absolutnie kluczowe.

Bardzo dziękujemy.

Zamykam ten punkt i posiedzenie Komisji.

Dziękuję bardzo.